

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗВОРОТНЬОЇ КОМУНІКАЦІЇ  
У СФЕРІ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУMODERN FEEDBACK TECHNOLOGIES  
IN THE FIELD OF GREEN TOURISM DEVELOPMENT

У статті розглядається значення сучасних технологій зворотньої комунікації для розвитку зеленого туризму, який набуває дедалі більшої популярності на тлі загальних тенденцій екологізації та пошуку автентичних форм відпочинку. Встановлено, що у сучасних реаліях ефективна зворотня комунікація слугує одним з ключових інструментів підвищення конкурентоспроможності, формування позитивного іміджу туристичних дестинацій та сталого розвитку локальних громад. Описано механізми застосування цифрових платформ, соціальних мереж, онлайн-чатів і краудсорсингових технологій, за допомогою яких стає можливим оперативне отримання і аналіз зворотнього зв'язку від туристів у режимі реального часу. Виявлено, що завдяки зворотній комунікації учасники ринку зеленого туризму можуть швидко коригувати свою пропозицію, підвищувати рівень задоволеності відвідувачів, запобігати виникненню повторних недоліків та виявляти перспективні ніші для подальшого розвитку. Крім того, детально розглянуто чотири провідні потреби у зворотній комунікації, серед яких важливе місце посідають виявлення недоліків і формування спільноти довкола ідей еко-відпочинку. Сформульовано чотири ключові етапи побудови системи зворотнього зв'язку, починаючи від первинного вибору інструментів та пілотного запуску, і завершуючи систематичним аналізом відгуків та впровадженням змін.

**Ключові слова:** зелений туризм, зворотня комунікація, сучасні технології, сільський розвиток, цифрові платформи, екологічний відпочинок, краудсорсинг, соціальні мережі.

The article examines the importance of modern feedback technologies for the development of green tourism, which is gaining increasing popularity against the background of general trends of greening and the search for authentic forms of recreation. It is established that in modern realities, effective feedback serves as one of the key tools for increasing competitiveness, forming a positive image of tourist destinations and sustainable development of local communities. The mechanisms of using digital platforms, social networks, online chats and crowdsourcing technologies are described, with the help of which it becomes possible to promptly receive and analyze feedback from tourists in real time. It is found that thanks to feedback, green tourism market participants can quickly adjust their offer, increase the level of visitor satisfaction, prevent the occurrence of repeated shortcomings and identify promising niches for further development. In addition, four key feedback needs are examined in detail, among which the identification of shortcomings and the formation of a community around eco-recreation ideas occupy an important place. Four key stages of building a feedback system are formulated, starting from the initial selection of tools and pilot launch, and ending with a systematic analysis of feedback and the implementation of changes. Based on the research conducted, it was determined that a holistic approach to feedback management can be a powerful impetus for the development of green tourism, as it contributes to a balanced combination of economic, environmental and socio-cultural factors. Recommendations are offered for improving feedback processes and the feasibility of using innovative technologies, such as chatbots and crowdsourcing platforms, to improve communication processes is considered. The article will be useful both for scientists studying the issues of sustainable tourism and for practitioners – owners of estates, representatives of local governments and public associations involved in the development of green tourism.

**Keywords:** green tourism, feedback, modern technologies, rural development, digital platforms, ecological recreation, crowdsourcing, chatbots, social networks.

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.91-42>

Глух М.І.<sup>1</sup>

аспірант кафедри педагогіки та психології,  
Львівський державний університет  
фізичної культури  
імені Івана Боберського

Нілух Марко

State University of Physical Culture  
named after Ivan Bobersky

**Постановка проблеми.** Актуальність даної теми зумовлена глобальними екологічними викликами, що постали перед людством. Зелений туризм, будучи напрямом, орієнтованим на збереження природи та підтримку місцевої культури, викликає дедалі більший інтерес з боку свідомих споживачів. Туристи хочуть не лише отримати унікальний досвід, але й долучитися до ініціатив, які мають екологічну та соціальну користь. Сучасні технології зворотньої комунікації стають вагомим інструментом для збору відгуків та пропозицій, які дозволяють оперативно реагувати на нові потреби відвідувачів. Завдяки цьому можна пропонувати комплексні послуги, що відповідають тенденціям світового ринку та одночасно дбають про екологію, культурну спадщину і добробут місцевих громад.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

У науковій літературі все більшого поширення набуває думка, що зелений туризм слід розглядати як інноваційну форму підприємництва, яка поєднує соціокультурну, екологічну та економічну складові. Так, М.М. Жибак та Г.М. Христенко [1] наголошують на тому, що належне організаційне забезпечення дає змогу покращити інфраструктуру сільських територій та сприяє диверсифікації джерел доходу громад. Ця теза узгоджується з дослідженнями М.Ф. Плотнікової, В.П. Якобчука, Є.І. Ходаківського, А.Б. Войтенка та М.С. Колеснікової [2], які акцентують увагу на державній політиці у сфері розвитку туристичного потенціалу України та наголошують на важливості залучення громади і бізнесу до процесу формування сучасних

<sup>1</sup> ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-2068-9312>

туристичних пропозицій. І.Г. Костирко [3] звертає увагу на кластерний підхід в організації сільського зеленого туризму, підкреслюючи, що реалізація цього підходу передбачає об'єднання зацікавлених сторін у мережі співпраці. Такий формат набуває особливого значення в контексті забезпечення сталого розвитку та максимальної взаємодії між суб'єктами, включно з використанням зворотньої комунікації для обміну досвідом і вдосконалення сервісу. О.М. Сердюкова [4], аналізуючи сутність сільського зеленого туризму, виділяє інтегрованість екологічних, освітніх та культурних аспектів, що дозволяють збагатити враження відвідувачів та формувати довгострокові зв'язки між туристами та місцевим населенням.

На думку М.М. Ільчука [5], інноваційний розвиток аграрних підприємств напряму пов'язаний зі здатністю швидко адаптуватися до вимог споживачів. Автор обґрунтовує, що використання сучасних інформаційних технологій для організації двосторонньої комунікації є одним із факторів підвищення конкурентоспроможності сільського сектора загалом. У цьому ж напрямі працює дослідження І.В. Литвина та М.А. Нека [6], де вказується на проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму, серед яких нагальним є налагодження дієвої співпраці між приватними садибами, місцевою владою та туристами. В.М. Ісаєнко [7] наголошує на важливості забезпечення якості продукції та послуг в агротуризмі, оскільки високий рівень задоволеності гостей є визначальним для формування позитивного іміджу регіону й посилення його конкурентних позицій. У свою чергу, В.О. Дуга [8] звертає увагу на історичний аспект становлення сільського туризму, пропонуючи провести паралелі між традиційними формами гостинності і сучасними напрямками еко-відпочинку. Це допомагає зрозуміти, як наявний досвід минулого можна інтегрувати у сучасні підходи до зворотньої комунікації. Вагомий внесок у розробку питань державного регулювання зеленого туризму зробив В.В. Палюх [9], який у співавторстві з Н.С. Грабар та С.В. Порокою дослідив механізми впливу державної політики на формування туристичного бренду України. Науковець підкреслює, що дієва комунікація між державними інституціями, підприємцями й громадами є визначальною умовою для системного розвитку зеленого туризму. Йдеться про необхідність запровадження інтерактивних платформ, консультаційних центрів, а також про нормативно-правову підтримку, яка б сприяла прозорості та зворотньому зв'язку на всіх рівнях.

**Постановка завдання.** Метою цієї статті є дослідити актуальність сучасних технологій зворотньої комунікації у розвитку зеленого туризму та обґрунтувати їх роль у забезпеченні сталого туристичного розвитку. Об'єктом дослідження виступає процес інтерактивної взаємодії між учасниками

ринку зеленого туризму (включно з туристами, підприємцями, громадами і державними інституціями), а основними завданнями є визначення ключових технологій для організації ефективного зворотнього зв'язку, виявлення головних потреб у зворотній комунікації, описання етапів побудови відповідної системи та формування комплексних рекомендацій щодо її впровадження в різних регіонах.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Сучасний розвиток зеленого туризму, або ж сільського екотуризму, є одним із ключових напрямів у формуванні сталого туристичного сектору. Це явище передбачає взаємодію туристів з природним та культурним середовищем села, пропонуючи автентичний відпочинок та можливості для пізнання локальних традицій [10-11]. Проте, щоб забезпечити постійне вдосконалення наявних туристичних пропозицій і послуг, надзвичайно важливо налагодити ефективну зворотню комунікацію між усіма учасниками процесу: туристами, громадами, приватними підприємцями, органами державної влади. Задля цього активно впроваджуються сучасні технології зворотньої комунікації, які допомагають збирати, аналізувати та поширювати інформацію з метою покращення якості сервісу і формування привабливого туристичного бренду сільської місцевості. Окрім глобальних екологічних міркувань, важливим чинником є й економічні перспективи зеленого туризму. Села та невеликі населені пункти мають можливість диверсифікувати свої доходи, розвиваючи місцеві господарства й туристичну інфраструктуру. Завдяки грамотно організованій комунікації з потенційними туристами, можна підкреслити унікальні особливості регіону – історичну спадщину, ремесла, кулінарні традиції, фестивалі тощо [12-13]. Але щоб збагнути, чи справді цей досвід відповідає очікуванням відвідувачів, потрібен постійний зв'язок, який виходить за межі одностороннього інформування. Зворотній зв'язок дозволяє вчасно виявляти недоліки та оптимізувати діяльність, що своєю чергою забезпечує конкурентоспроможність та економічну стійкість зеленого туризму у регіонах (табл. 1).

Сьогоднішній інформаційний простір стає дедалі насиченішим: туристи можуть дізнаватися про нові локації з безлічі цифрових платформ, соціальних мереж та форумів [14-15]. Це з одного боку відкриває широкі можливості для популяризації зеленого туризму, а з іншого – створює додаткові виклики, адже для ефективного представлення свого продукту слід оперативно реагувати на відгуки та пропозиції, підтримувати постійну взаємодію з аудиторією. Тому застосування сучасних технологій зворотньої комунікації є ключем до формування позитивного образу туристичних дестинацій. Завдяки їм можна безперервно відстежувати запити ринку, пристосовувати маркетингову стратегію і розвивати

## Ключові технології зворотної комунікації у сфері розвитку зеленого туризму

| Технологія                                           | Характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Онлайн-платформи з відгуками та рейтингами           | Сайтами та мобільними застосунками для публікації відгуків користується безліч туристів, оскільки це дає їм змогу одразу висловити свою думку про послуги. Для власників садиб, регіональних туркомпаній і громад важливо вміти працювати з цими платформами, оперативно відповідати на відгуки і враховувати їх для покращення сервісу                                                                                     |
| Соціальні мережі та прямі трансляції                 | Facebook, Instagram, TikTok або інші соціальні мережі дозволяють швидко й гнучко взаємодіяти з потенційними туристами, надаючи їм віртуальний «закулісний» погляд на об'єкти зеленого туризму. Завдяки прямим ефірам можна відповідати на запитання, збирати ідеї для нових заходів та акцій. Це ефективно будує довіру й формує у туристів відчуття приналежності до спільноти                                             |
| Чат-боти та онлайн-консультації                      | Чат-боти, вбудовані у вебсайти чи месенджери, допомагають 24/7 обробляти запити користувачів, надавати необхідну інформацію та збирати первинний зворотній зв'язок. Це дає змогу швидше реагувати на потреби туристів, усувати незначні проблеми або спрямовувати складніші запитання до відповідних фахівців. Одночасно, подібні цифрові інструменти фіксують усі звернення та пропозиції, що полегшує їх подальший аналіз |
| Інтерактивні опитування та краудсорсингові платформи | Залучення клієнтів до формування туристичного продукту або заходів через короткі онлайн-опитування дозволяє краще розуміти їхні очікування. Спеціалізовані краудсорсингові платформи дають можливість відвідувачам пропонувати інноваційні ідеї та покращення. Такий формат підкреслює цінність клієнтського досвіду та сприяє партнерству між організаторами зеленого туризму і гостями                                    |

Джерело: сформовано автором

взаємовигідні відносини з відвідувачами. Інтернет-платформи, чати, мобільні застосунки та інші канали цифрової комунікації стали невід'ємною складовою сучасного життя. У сфері зеленого туризму вони дають змогу швидко збирати та аналізувати враження туристів, публікувати актуальну інформацію про події чи умови відпочинку, а також підтримувати

двосторонній зв'язок в режимі реального часу. Це важливо, оскільки гнучкість у реагуванні на зміни уподобань споживачів є вирішальним чинником успіху. Зворотна комунікація дає змогу уникати повторення тих самих помилок та розвивати сильні сторони пропозиції, що, відповідно, сприяє вищому рівню задоволеності туристів та формує їх лояльність (рис. 1).

Важливість сучасних технологій зворотної комунікації у розвитку зеленого туризму також обумовлена тим, що туристичний продукт у цій сфері будується на глибині вражень і задоволенні нематеріальних потреб. Насправді, зелений туризм має справу не лише з розвагами, а з культурним обміном, усвідомленим підходом до природи та взаємодією з локальним населенням. Тому зрозуміти справжні почуття, очікування чи пропозиції мандрівників можна, лише якщо вони матимуть майданчик для чесного діалогу. Саме цей діалог і забезпечується якісною системою зворотного зв'язку, яка базується на технічних та організаційних інструментах, здатних швидко обробляти інформацію і впроваджувати зміни. Крім суто маркетингового та управлінського аспекту, існує ще й суспільно-освітній аспект актуальності теми. Залучення громадськості до обговорення перспектив розвитку зеленого туризму сприяє формуванню екологічно свідомої спільноти. Через технології зворотної комунікації можна проводити опитування, збирати ідеї та пропозиції стосовно збереження природи чи автентичної спадщини, ініціювати еко-акції та тренінги, поширювати успішні практики. Відповідно, такий формат взаємодії виховує у людей бажання дбати про довкілля, враховувати інтереси місцевих громад і розвивати більш сталу модель туризму, що в результаті дає істотні довгострокові переваги (рис. 2).

У контексті глобалізації й посиленої конкуренції між різними туристичними напрямками, саме

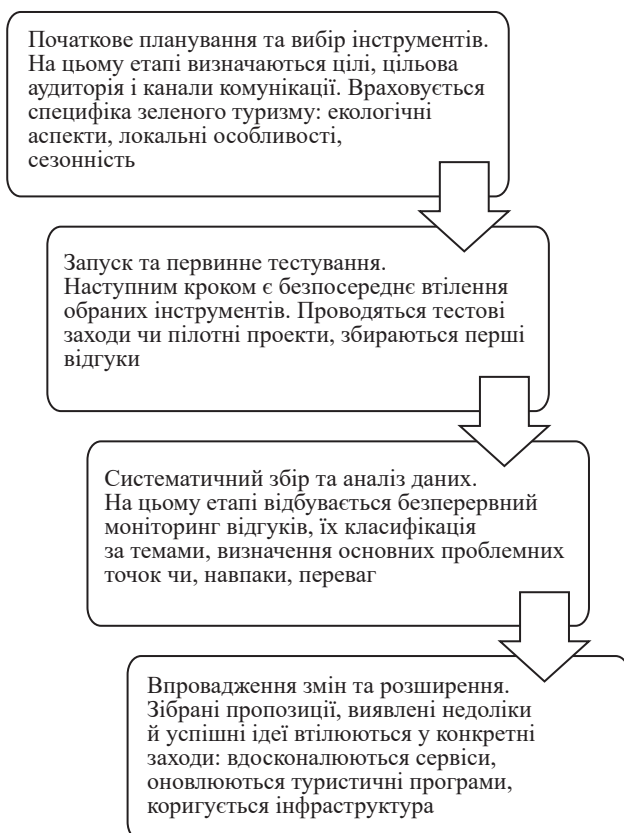


Рис. 1. Етапи побудови зворотної комунікації у сфері розвитку зеленого туризму

Джерело: сформовано автором



**Рис. 2. Ключові загрози в системі управління конкурентоспроможністю ІТ-підприємства через проведення економічної експертизи**

Джерело: сформовано автором

глибина та якість комунікації можуть стати вирішальними факторами успіху. Якщо традиційний масовий туризм зорієнтований передусім на велику кількість відвідувачів, то зелений туризм, навпаки, приваблює гостей можливістю відчувати себе «як удома» в маленькій спільноті, зануритися в неповторну атмосферу. Відтак організатори повинні спиратися на відгуки туристів, щоб зробити цей досвід максимально позитивним і унікальним. Згуртоване співтовариство навколо зеленого туризму розвивається найкраще там, де існують механізми швидкої і надійної зворотної комунікації, що гарантують врахування голосів усіх зацікавлених сторін.

**Висновки.** Таким чином, важливість і актуальність теми «Сучасні технології зворотної комунікації у сфері розвитку зеленого туризму» полягає у зростаючій ролі інтерактивного спілкування, котре дозволяє перетворювати відвідувачів з пасивних споживачів на активних партнерів розвитку. Прискорена цифровізація дає змогу бути ближчими до аудиторії, керувати репутацією регіону, ефективно збирати дані й тестувати нові продукти. Саме комплексний підхід, що включає аналіз потреб, щире бажання удосконалюватися та своєчасне впровадження результатів комунікації, здатен вивести зелений туризм на новий рівень конкурентоспроможності. Цей сектор стає одним з найперспективніших у сучасній економіці

дозволя і водночас робить внесок у збереження культурного та природного надбання.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жибак М. М., Христенко Г. М. Сільський зелений туризм як інноваційна форма підприємництва. *Агросвіт*. 2021. № 3. С. 3–8.
2. Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 3. С. 102–112.
3. Костирко І. Г. Кластерний підхід в розвитку сільського зеленого туризму. *Інноваційна економіка*, № 4 (59). 2015. С. 159–163.
4. Сердюкова, О. М. Сутність сільського зеленого туризму. *Економіка та держава*. 2014. №3. С.87–90.
5. Ільчук М.М. Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств аграрної сфери. *Біоресурси і природокористування*. 2016. Т. 4, № 1-2. С. 133 - 143.
6. Литвин І.В., Нек М.А. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні. *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 81–88.
7. Ісаєнко В.М. Забезпечення якості продукції та послуг в агротуризмі. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції*. 2017. Вип. 19, № 1. С. 247–252.
8. Дуга В.О. Історія зародження та розвитку сільського туризму. *Економічний простір*. 2021. Вип. 165. С. 64–69.

9. Палюх В. В., Грабар Н. С., Порока С. В. Державне регулювання зеленого туризму в Україні: монографія. Харків : НУЦЗУ, 2021. 202 с.

10. Криштанович М. Критерії оцінювання ефективності місцевих органів влади в системі публічного управління. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 3(31). С. 238–246.

11. Криштанович, М. Вплив інтелектуалізації на систему управління в діяльності публічної служби в умовах Суспільства 5.0. *Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві*. 2024. Вип. 4(54). С. 71–79.

12. Штангрет А., Силкін О., Шляхетко В. Трудова міграція як зовнішня загроза для кадрової безпеки підприємства. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 10(38). С. 190–201. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-201](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-201)

13. Петлін І.В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Західному регіоні України. Вісник Львівського інституту економіки та туризму. 2008. № 3. С. 210–213.

14. Кожухівська Р.Б., Саковська О.М., Лементовська В.А. Сільський (зелений) туризм як інноваційна форма підприємницької діяльності на Черкащині: маркетинговий аспект. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Сер.: «Економічні науки». 2023. № 1 (69). С. 115–122.

15. Штангрет А., Силкін О. Безпекові аспекти управління персоналом в умовах гіпердинамічного зовнішнього середовища. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 9(37). С. 227–237. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9\(37\)-227-237](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9(37)-227-237)

#### REFERENCES:

1. Zhybak M.M., Khristenko, H.M. (2021). Silskyi zelenyi turizm yak innovatsiina forma pidpriemnytstva [Rural green tourism as an innovative form of entrepreneurship]. *Ahrosvit*, no. 3, pp. 3–8.

2. Plotnikova M.F., Yakobchuk V.P., Khodakivskyi Ye.I., Voitenko A.B., Kolesnikova M.S. (2022). Derzhavna polityka realizatsii turystychnoho potentsialu Ukrainy [State policy on the realization of Ukraine's tourism potential]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 3, pp. 102–112.

3. Kostyrko I.H. (2015). Klasternyi pidkhid v rozvytku silskoho zelenoho turizmu [Cluster approach in the development of rural green tourism]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 4(59), pp. 159–163.

4. Serdiukova O.M. (2014). Sutnist silskoho zelenoho turizmu [The essence of rural green tourism]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 3, pp. 87–90.

5. Ilchuk M.M. (2016). Innovatsiino-investytsiinyi rozvytok pidpriemstv aharnoi sfery [Innovative and investment development of enterprises in the agricultural sector]. *Bioresursy i pryrodokorystuvannia*, no. 4(1-2), pp. 133–143.

6. Lytvyn I.V., Nek, M.A. (2013). Problemy ta perspektyvy rozvytku silskoho zelenoho turizmu v rehioni [Problems and prospects of rural green tourism development in the region]. *Rehionalna ekonomika*, no. 2, pp. 81–88.

7. Isaenko V.M. (2017). Zabezpechennia yakosti produktsii ta posluh v ahoturyzmi [Quality assurance of products and services in agro-tourism]. *Problemy ratsionalnoho vykorystannia sotsialno-ekonomichnoho ta pryrodno-resursnoho potentsialu rehionu: finansova polityka ta investytsii*, vol. 19(1), pp. 247–252.

8. Duga V.O. (2021). Istoriia zarodzhennia ta rozvytku silskoho turizmu [History of the origin and development of rural tourism]. *Ekonomichnyi prostir*, vol. 165, pp. 64–69.

9. Paliukh V.V., Hrabar N. S., Poroka S. V. (2021). Derzhavne rehuliuвання zelenoho turizmu v Ukraini: monohrafiia [State regulation of green tourism in Ukraine: monograph]. Kharkiv: NUTsZU, p. 202.

10. Krishtanovych M. (2024). Kryterii otsiniuvannia efektyvnosti mistsevykh orhaniv vlady v systemi publichnogo upravlinnia [Criteria for evaluating the effectiveness of local authorities in the public administration system]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 3(31), pp. 238–246.

11. Krishtanovych M. (2024). Vplyv intelektualizatsii na systemu upravlinnia v diialnosti publichnoi sluzhby v umovakh Suspilstva 5.0 [The impact of intellectualization on the management system in the activity of public service in the conditions of Society 5.0]. *Sotsialno-ekonomichni vidnosyny v tsyfrovomu suspilstvi*, vol. 4(54), pp. 71–79.

12. Shtangret A., Silki O., Shliakhetko V. (2024). Trudova mihratsiia yak zovnishnia zahroza dlia kadrovoi bezpeky pidpriemstva [Labor migration as an external threat to the personnel security of an enterprise]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 10(38), pp. 190–201. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-201](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-201)

13. Petlin I.V. (2008). Perspektyvy rozvytku silskoho zelenoho turizmu v Zakhidnomu rehioni Ukrainy [Prospects for the development of rural green tourism in the Western region of Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho instytutu ekonomiky ta turyzmu*, no. 3, pp. 210–213.

14. Kozhukhivska R.B., Sakovska O.M., Lementovska V.A. (2023). Silskyi (zelenyi) turizm yak innovatsiina forma pidpriemnytstoi diialnosti na Cherkashchyni: marketingovyi aspekt [Rural (green) tourism as an innovative form of entrepreneurial activity in Cherkasy region: Marketing aspect]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka"*. Ser.: "Ekonomichni nauky", no. 1(69), pp. 115–122.

15. Shtangret A., Silkin O. (2024). Bezpekovi aspekty upravlinnia personalom v umovakh hiperdynamichnoho zovnishnoho seredovyshcha [Security aspects of personnel management in conditions of a hyper-dynamic external environment]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 9(37), pp. 227–237.